

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang**

Indonesia adalah negara kepulauan yang di dikenal oleh mancanegara sebagai negara yang memiliki sumber daya hayati yang beranekaragam terutama tanaman hortikultura. Keberagaman ini didukung oleh iklim tropis dan juga kesuburan tanah yang dimiliki Indonesia. Tidak heran jika Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang sebagian besar penduduknya bermatapencaharian disektor pertanian atau perkebunan. Salah satu komoditas yang dihasilkan oleh Indonesia dari sektor ini adalah buah-buahan.

Komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sehingga usaha agribisnis hortikultura (buah, sayur, florikultura, dan tanaman obat) dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar, karena memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis, ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi, serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat. Pasokan produk hortikultura nasional diarahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam negeri, baik melalui pasar tradisional, pasar modern, maupun pasar luar negeri (Hortikultura, 2010)

Bagi sebagian besar masyarakat, mengkonsumsi buah merupakan kebutuhan pokok sehari-hari. Hal ini seiring dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi buah-buahan sangat perlu dilakukan untuk mendapatkan tingkat kesehatan yang optimal, karena buah-buahan merupakan pabrik senyawa vitamin, mineral, antioksidan dan serat pangan alami. Hal ini seiring dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi nutrisi dalam buah. Meningkatnya kesadaran untuk hidup sehat telah mendorong konsumen untuk meningkatkan konsumsi buah-buahan, sebagai suatu bagian dari pola makan yang berdasarkan pada prinsip *back to nature*. Berikut konsumsi buah dan sayuran khususnya di provinsi Jawa Timur pada Tabel 1.1

Tabel 1. 1. Konsumsi Buah dan Sayur (kg/kap/tahun) di Provinsi Jawa Timur

<b>Tahun</b>	<b>Buah</b>	<b>Sayur</b>
2013	25,1	58,2
<b>2014</b>	31,1	62,1
<b>2015</b>	29,3	59,8
<b>2016</b>	26,4	65,4
<b>2017</b>	28,6	52,3
<b>2018</b>	33,7	52,8

Sumber/Source: Susenas 2013 – 2018, BPS diolah dan dijustifikasi dengan pendekatan pengeluaran, oleh BKP

Tingkat konsumsi buah dan sayur perkapita dalam setahun di Jawa Timur berdasarkan tabel diatas mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun 2013 - 2018. Namun kenaikan dan penurunan konsumsi buah dan sayur perkapita dalam setahun tidak terlalu signifikan. Namun tingkat konsumsi buah masih lebih rendah di bandingkan sayur, di tahun 2018 tingkat konsumsi buah mencapai 33,7 kg perkapita dalam setahun. Untuk tingkat konsumsi sayuran di tahun 2018 mencapai 52,8kg perkapita dalam setahun.

Semakin tingginya konsumsi buah dan sayur merupakan peluang bagi pelaku agribisnis membangun bisnisnya terutama di bidang hortikultura komoditas buah dan sayuran dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Trend ini semakin dilirik oleh para pelaku pasar. Munculnya perusahaan-perusahaan pemasar buah dan sayuran baik swalayan maupun toko-toko mengakibatkan terjadinya persaingan yang ketat, untuk mengatasi meningkatnya persaingan dalam merebut peluang pasar.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya dalam memasarkan produknya. Pemasaran timbul karena adanya dari suatu proses kegiatan pengenalan produk-produk yang dihasilkan agar perusahaan tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga target dari perusahaan dapat tercapai dan berkembang dengan pesat. Untuk mendapatkan target pemasaran maka suatu perusahaan memerlukan suatu strategi untuk menjalankan bisnisnya dan menciptakan keunggulan dari pesaing lainnya.

Strategi pemasaran yang harus diperhatikan adalah dengan melihat dari segi kualitas, jenis produk, target pemasaran, pelayanan maupun lingkungan perusahaan secara internal maupun eksternal untuk meningkatkan pangsa pasar perusahaan juga harus memperhatikan kelemahan dan kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan.

Salah satu produsen yang bergerak dibidang agribisnis khususnya buah-buahan adalah Toko buah “Hokky” yang berada di Kota Surabaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran buah dan sayur dengan kualitas kelas satu atau premium dengan target pasar kelas menengah keatas yaitu CV. Hokky Family Surabaya yang dikenal sebagai toko buah ternama yang ada di Kota Surabaya. Toko buah Hokky ini memiliki 3 cabang yang berada di Jl. Panglima Sudirman No. 32 Surabaya, Jl. Kedungsari No. 69 A-B Surabaya, dan Anchor Plaza Graha Family Jl. Plaza Graha Family (Ruko Plaza Graha Family) Surabaya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Semakin banyak perusahaan maupun swalayan yang menjual buah dan sayuran. Hal ini menyebabkan perusahaan maupun swalayan harus menerapkan strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini sehingga dapat bersaing dan menarik konsumen untuk membeli, dengan itu perusahaan dapat bertahan dan lebih berkembang.

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran yang di terapkan oleh toko buah “Hokky” Panglima Sudirman Kota Surabaya ?
2. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada perusahaan toko buah “Hokky” Panglima Sudirman Kota Surabaya ?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang ada di toko buah “Hokky” Panglima Sudirman Kota Surabaya ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran yang di terapkan oleh toko buah “Hokky” Panglima Sudirman Kota Surabaya.
2. Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada perusahaan toko buah “Hokky” Panglima Sudirman Kota Surabaya.
3. Menganalisis strategi pemasaran yang ada di toko buah “Hokky” Panglima Sudirman Kota Surabaya.

## **1.4. Kegunaan penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat membrikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan seperti pemerintah, pengelola dan masyarakat secara umum. Kegunaan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi pengelola, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan Toko Buah “Hokky” yang ada di Panglima Sudirman Kota Surabaya dan di Toko Buah “Hokky” lainnya.

2. Bagi pemerintah, penelitian ini berguna sebagai salah satu landasan dalam memberikan kebijakan pada kegiatan pemasaran buah dan sayuran yang berkualitas di Kota Surabaya.
3. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini dapat dijadikan literatur pada penelitian sejenis atau penelitian di lokasi yang sama maupun dengan tema yang sama.